

Pauli Kaski

SATAKUNNAN MATKAILUN TAVOITE- JA
TOIMENPIDESUUNNITELMAN ARVIOINTI
YRITTÄJÄNÄKÖKULMASTA

Matkailun koulutusohjelma
2013

SATAKUNNAN MATKAILUN TAVOITE- JA TOIMENPIDESUUNNITELMAN ARVIOINTI YRITTÄJÄNÄKÖKULMASTA

Kaski, Pauli
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Toukokuu 2013
Ohjaaja: Blomroos, Marja-Leena
Sivumäärä: 41
Liitteitä: 1

Asiasanat: Satakunta, matkailu, yrittäjyys

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia satakuntalaisten matkailuyrittäjien mielipiteitä Satakuntaliiton syyskuussa 2012 valmiiksi saamasta Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelmasta. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää tavoite- ja toimenpidesuunnitelman merkitystä, arvioida sen vahvuuksia ja heikkouksia, siinä esitettyjen tavoitteiden toteuttamiskelpoisuutta, sekä alueellisen yhteistyön ja vuoropuhelun toimivuutta. Lisäksi haluttiin kartoittaa mitä esteitä matkailun ja yhteistyön kehittämisessä on matkailuyrittäjän näkökulmasta.

Opinnäytteessä käytettiin laadullista tutkimusmenetelmää. Tutkimusaineisto kerättiin haastattelemalla neljää matkailuyrittäjää eri puolilta Satakuntaa. Haastatteluiden pohjana toimi ennakkoon laadittu haastattelurunko, missä oli määritelty haastattelun teemat. Lisäksi käytettiin haastattelukohtaisia tarkentavia kysymyksiä lisätietojen saamiseksi.

Yleisellä tasolla matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelman laatimista pidettiin hyvänä asiana. Suunnitelmien käytännön toteutuksen suhteen oltiin epäileväisiä, osittain johtuen aikaisemmista pettymyksistä erilaisissa projekteissa. Yhteistyön lisäämistä toivottiin, mutta samalla sen tiellä nähtiin erilaisia ongelmia ja intressiristiriitoja. Kunnilta toivottiin suurempia panostuksia matkailun kehittämiseen ja osittain koettiin matkailualan arvostuksen olevan alhaista. Huonon taloudellisen tilanteen katsottiin hidastavan matkailun kehitystä ja investointeja. Satakunnan matkailun visio 2020 arvioitiin realistiseksi, mutta haastavaksi saavuttaa.

EVALUATION OF THE TOURISM STRATEGY FOR SATAKUNTA REGION FROM A BUSINESS PERSPECTIVE

Kaski, Pauli
Satakunta University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism
May 2013
Supervisor: Blomroos, Marja-Leena
Number of pages: 41
Appendices: 1

Keywords: Satakunta, tourism, entrepreneurship

The purpose of this thesis was to examine the opinions of tourism companies in the Satakunta region concerning the objective and procedure plan for tourism in Satakunta which was completed and published in September 2012 by The Regional Council of Satakunta. Objectives of the study were to determine the significance of the objective and procedure plan, evaluate its strengths and weaknesses, estimate the feasibility of the proposed procedures, and evaluate the functionality of regional co-operation and dialogue. In addition, the purpose was to survey what challenges the tourism companies saw in the tourism and cooperation development.

This thesis was executed using a qualitative research method. The research material was gathered by interviewing four tourism companies from different parts of the Satakunta region. The interviews were based on an interview framework which consisted of a number of themes and questions. Follow-up questions were used to extract additional information.

In general it was considered positive that the objective and procedure plan had been created. It was doubted whether the plans would be carried out in reality. This doubt was partly resulted from being previously disappointed with various projects. The interviewees saw a need for more cooperation. Conflicting interests and other problems were seen as hindrances for cooperation. Greater investments to develop tourism were hoped from the municipalities. It was experienced that the tourism sector is not valued. The poor financial climate was seen as a hindrance for tourism development. The Satakunta tourism vision 2020 was evaluated to be realistic, but challenging to achieve.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TUTKIMUKSEN TAVOITE JA TUTKIMUSKYSYMYS	7
3	LAADULLINEN TUTKIMUS	8
3.1	Laadullisen tutkimuksen määrittely	8
3.2	Laadullisen aineiston analyysi	9
3.3	Menetelmän edut ja haitat	11
4	TUTKIMUSHAASTATTELU	11
4.1	Haastattelun lajit	12
4.2	Haastattelun edut ja haitat	13
5	MATKAILUN STRATEGINEN KEHITTÄMINEN.....	14
5.1	Kunnat ja maakuntien liitot matkailun kehittämisessä	15
5.2	Yritysyhteistyö.....	15
6	HAASTATTELUTEEMAT JA -KYSYMYKSET	16
7	SATAKUNTA.....	17
7.1	Satakunnan seutukunnat	18
7.2	Matkailuala Satakunnassa.....	18
8	SATAKUNTALIITTO.....	19
9	SATAKUNNAN MATKAILUN TAVOITE- JA TOIMENPIDESUUNNITELMA.....	20
9.1	Satakunnan matkailun nykytila.....	21
9.2	Satakunnan matkailun tavoitteet ja kehittämisteemat.....	22
9.3	Satakunnan matkailun organisoituminen tavoitteiden saavuttamiseksi.....	22
9.4	Seutukuntien matkailun profiilit ja kehittämisteemat	23
9.5	Satakunnan matkailun tavoitteiden toimeenpanon ensimmäiset askelmerkit.....	23
10	HAASTATTELUJEN ANALYYSI.....	24
10.1	Yleisvaikutelma ja toimenpidesuunnitelman merkitys	25
10.2	Ehdotettujen toimenpiteiden arviointi.....	27
10.3	Satakunnan matkailun organisointi	27
10.3.1	Satakunta Matkailu Oy	28
10.3.2	Maakunnallinen matkailualan yrittäjien yhdistys	29
10.3.3	Satakuntaliitto	30
10.4	Yhteistyön kehittäminen	31
10.4.1	Yritysten välisen yhteistyön kehittäminen.....	31
10.4.2	Kuntien rooli	32
10.5	Maakunnan reuna-alueet matkailun kehittämisessä.....	34
11	TUTKIMUSTULOSTEN YHTEENVETO	34

12 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUDEN TARKASTELU	35
13 POHDINTA.....	36
LÄHTEET	40
LIITTEET	
LIITE 1 Haastatteluteemat ja -kysymykset	

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia satakuntalaisten matkailualan yritysten mielipiteitä Satakuntaliiton syyskuussa 2012 valmiiksi saamasta Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelmasta. Tarkoitus on selvittää, mikä merkitys toimenpidesuunnitelmalla on yrittäjien näkökulmasta, ja miten yrittäjät reagoivat siinä esitettyihin toimenpiteisiin. Samalla haluan kartoittaa mitä haasteita yrittäjät näkevät matkailun kehittämisessä, ja missä määrin yrittäjien mielipiteet sopivat yhteen toimenpidesuunnitelman kanssa.

Työn tilaajana toimii Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailun koulutuslinja. Työn aiheen antoi Marja-Leena Blomroos lokakuussa 2012. Työ tulee antamaan suuntaa antavaa arviota siitä, miten hyvin Satakuntaliiton teettämä toimenpidesuunnitelma on onnistunut ja miten matkailualan yrittäjät näkevät maakunnan matkailun tulevaisuuden.

Työ on erittäin ajankohtainen juuri nyt, sillä tavoite- ja toimenpidesuunnitelmaa on vastikään alettu esitellä maakunnan yrityksille ja kunnallisille toimijoille. Matkailulla on Satakunnassa verrattain pieni taloudellinen ja työllistävä vaikutus, mutta, kuten muuallakin Suomessa, myös Satakunnassa sen merkitys on kasvussa. Matkailuala on kuitenkin hajanainen, eikä Satakunnalla ole tähän asti ollu kunnollista yhtenäistä visiota siitä, mihin suuntaan alan pitäisi olla menossa. Nyt valmistunut matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelma on toistaiseksi mittavin työ Satakunnan matkailun nykytilan määrittämiseksi ja tulevaisuuden suuntaviivojen hahmottamiseksi.

Työn teoriaosuudessa käsittelen laadullista tutkimusta, haastattelututkimuksen tekemistä, matkailun strategista kehittämistä, Satakuntaa sekä Satakuntaliittoa.

2 TUTKIMUKSEN TAVOITE JA TUTKIMUSKYSYMYS

Tutkimuksen tarkoitus on tutkia sitä, missä määrin matkailuyrittäjien ja matkailun toimenpidesuunnitelman laatijoiden näkemykset kohtaavat tai eroavat. Toisin sanoen, ovatko yrittäjät samaa mieltä siitä, mihin suuntaan matkailua Satakunnassa tulisi kehittää ja millaisin keinoin.

Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelmaa tullaan tulevana syksynä käsittelemään SAMK:in matkailun koulutusohjelmassa osana matkailun perusopintoja. Tämä työ tulee tarjoamaan vertailevaa materiaalia varsinaisen toimenpidesuunnitelman rinnalle ja antaa mahdollisuuden peilata erilaisia näkökulmia. Se tulee antamaan opiskelijoille näkemystä sekä matkailun maakunnalliseen kuvaan että yksittäisten yrittäjien kokemaan todellisuuteen.

Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelmaa varten toteutettiin nettikysely, johon vastasi ”reilusti yli 100 alueen matkailuyrittäjää”. Tämän lisäksi haastateltiin kahtakymmentä alan ”keskeistä satakuntalaista toimijaa” ja tehtiin alueelliset kunnallisjohtajien ryhmähaastattelut. Kootun aineiston pohjalta kymmenhenkinen työryhmä laati raportin. (Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelma 2012)

Tämän opinnäytetyön on tarkoitus tutkia, miten samat yrittäjät, joista monet ovat voineet osallistua Satakuntaliiton alkuperäiseen nettikyselyyn, reflektovat työryhmän tuloksia. Vastaako se niihin kysymyksiin, jotka yrittäjiä ovat askarruttaneet?

3 LAADULLINEN TUTKIMUS

Työ toteutetaan laadullisena opinnäytetyönä. Tutkimusaineisto saadaan haastattelemalla 4-6 pääasiassa pientä matkailuyrittäjää eri puolilta Satakuntaa. Haastattelut toteutetaan puolistrukturoituina teemahaastatteluina. Haastattelumetodi on tarkemmin selitettynä kohdassa 4.1. Haastattelun pohjana ovat tietyt teemakentät, joihin haetaan vastausta osittain valmiilla kysymyksillä, mutta tarvittaessa myös improvisoiduilla lisäkysymyksillä. Tarkoitus on saada haastatteluista keskustelunomaisia. Tavoitteena on haastatella jokaisesta Satakunnan seutukunnasta vähintään yhtä yrittäjää. Haastattelun päärunko on kaikille sama, mutta lisäksi pyrin paljastamaan yrittäjän omalle alueelle sijoittuvia seutukuntakohtaisia näkemyksiä. Tämä pohjautuu siihen, että myös matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelmassa on maakunnallisten tavoitteiden ja analyysien lisäksi seutukunnittain määritellyt alueelliset tavoitteet.

3.1 Laadullisen tutkimuksen määrittely

Monet laadullisen tutkimuksen määritelmät tuntuvat alkavan toteamuksella, että laadullista tutkimusta on erittäin vaikea määritellä. Eri tutkijat ovatkin antaneet sille hyvinkin paljon toisistaan eroavia määritelmiä.

Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2009, 161) mukaan laadullinen tutkimus on todellisen elämän kuvaamista. Todellisuus on kuitenkin monisyinen ja asioiden yhteydet ovat monimutkaisia, mikä tekee kuvaamisesta hankalaa. Todellisuuden hajottaminen osiin rikkoo kokonaiskuvan. Laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on tutkia kohdetta kokonaisvaltaisesti, tuoden esille todellisuuden eri haarat. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 161)

Laadullisessa tutkimuksessa tutkija toimii tiedonkeräämisen työkaluna. Etuna on, että ihminen kykenee mukautumaan erilaisiin tilanteisiin niiden vaatimalla tavalla. Tästä syystä laadullisella tutkimuksella ei päästä täyteen objektiivisuuteen, sillä tutkijan arvolähtökohdat vaikuttavat todellisuuden hahmotukseen. Laadullisen tutkimuksen tulokset rajoittuvat tiettyyn aikaan ja paikkaan. Voidaankin sanoa, että

laadullisessa tutkimuksessa on ”pyrkimyksenä pikemminkin löytää ja paljastaa tosiasioita kuin todentaa jo olemassa olevia (totuus)väittämiä”. Yksi laadullisen tutkimuksen tunnusmerkkejä onkin, että sen lähtökohtana ole mitään teoriaa tai hypoteesia, mitä lähdetään testaamaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 161-164)

Eskola ja Suoranta (2005, 18) mainitsevat, että laadullisessa tutkimuksessa otannat ovat yleensä pieniä ja tutkimus keskittyy tämän pienen tapausjoukon perusteelliseen analysointiin. Tällöin tieteellisyyden kriteeriksi ei muodostu laatu vaan määrä. Laadullinen työ vaatii rajaamista, sillä aineistoa voi kerätä loputtomat määrät. Aineistolähtöistä analyysia tarvitaan silloin, kun pitää määrittää jonkin ilmiön olemus. (Eskola & Suoranta 2005, 18-19)

Esimerkiksi tämä opinnäytetyö saattaa tuoda esiin joitakin yrittäjien mielipiteitä ja asenteita, joita ei välttämättä ole aikaisemmissa tutkimuksissa tullut esille, tai jotka eivät ole päässeet esille esimerkiksi Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelmassa. Näiden hypoteettisten mielipiteiden laajuuden selvittäminen määrällisellä tutkimuksella ei kuitenkaan ole mahdollista, ellei ensin ole paljastettu itse ilmiön olemassaoloa, ja siihen puolestaan tarvitaan laadullista tutkimusta.

3.2 Laadullisen aineiston analyysi

Laadullisen tutkimuksen ongelmallisin osuus on usein aineiston analysointi. Analyysin tekemisessä vaikeuksia aiheuttavat esimerkiksi työskentelytekniikoiden puute. Koska kynnys siirtyä aineistonkeräämisvaiheesta analyysiin on usein korkea, on tärkeää aloittaa aineistoon tutustuminen ja alustavien analyysien teko mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, kun aineiston hankkiminen on vielä kesken. (Eskola & Suoranta 2005, 137; Ruusuvuori ym. 2010, 11)

Laadullisen aineiston analyysi tähtää aineiston selkeyttämiseen ja uuden tiedon löytämiseen tutkittavasta asiasta. Laadullinen aineisto saattaa olla hyvin laaja ja rönsyilevä, ja tämän vuoksi on välttämätöntä tiivistää sen sisältöä, kuitenkin siten että sen sisältämä tieto ei katoa, vaan päinvastoin pyritään tiedon kasvattamiseen

tekemällä hajanaisesta aineistosta yhtenäinen ja selkeä. Laadullisessa analyysissä aineistoa tarkastellaan kokonaisuutena, jonka oletetaan selvittävän jonkin yhtenäiseksi kuvitellun kokonaisuuden rakennetta. Laadullisessa analyysissä tilastolliset oletukset ovat arvottomia, koska tutkittava tapausmäärä on yleensä liian pieni, jotta tilastollisia väittämiä voitaisiin uskottavasti esittää. Mikäli kymmenestä ihmisestä kolme esittää jonkin tietyn mielipiteen, ei voida mitenkään väittää että 30% ihmisistä on asiasta samaa mieltä. (Eskola & Suoranta 2005, 137; Alasuutari 2011, 38-39)

Perusanalyysimenetelmä laadullisessa tutkimuksessa on sisällönanalyysi. Sitä voidaan pitää sekä yksittäisenä metodina, että teoreettisena kehyksenä. Useimmat eri nimiset laadullisen tutkimuksen analyysimenetelmät perustuvat sisällönanalyysiin. Tuomi ja Sarajärvi ovat esittäneet seuraavan, tutkija Timo Laineen laadullisen tutkimuksen analyysin rungosta muokatun kuusivaiheisen prosessikuvauksen. (Tuomi & Sarajärvi 2005, 91-92)

1. Päätä, mikä tässä aineistossa kiinnostaa ja tee VAHVA PÄÄTÖS!
- 2a. Käy läpi aineisto, erota ja merkitse ne asiat, jotka sisältyvät kiinnostukseesi.
- 2b. Kaikki muu jää pois tästä tutkimuksesta!
- 2c. Kerää merkityt asiat yhteen ja erilleen muusta aineistosta.
3. Luokittele, teemoita tai tyypittele aineisto (tms.)
4. Kirjoita yhteenveto

Kuvio 1. Laadullisen analyysin vaiheet. (Tuomi & Sarajärvi 2005, 92)

Ruusuvuori (2010, 11) puolestaan on tiivistänyt analyysin vaiheet kolmeen osatehtävään. Nämä ovat aineiston luokittelu, analysointi ja tulkinta. Analyysin osa-alueiden painotus on tutkimuskohtaista ja voi vaihdella, mutta niiden tehtävät pitää silti tunnistaa. Käytännössä analyysin vaiheet kuitenkin menevät jossain määrin päällekkäin, eikä työvaiheiden täydellinen erottaminen onnistu kuin teoriassa. (Ruusuvuori 2010, 11-12)

3.3 Menetelmän edut ja haitat

Selkein kritiikin aihe valittua tutkimusmetodia kohtaan on se, että saadut tulokset edustavat vain pienen joukon näkemyksiä, eikä niiden pohjalta voi tehdä johtopäätöksiä Satakunnan matkailuyrittäjien yleisestä mielipideilmastosta. Tämä on sekä tutkijan että lukijan pidettävä mielessä tuloksia analysoidessa ja lukiessa. Tarkoitus ei ole esittää tilastollisia olettamia, vaan etsiä mahdollisia yhtäläisyyksiä nimenomaan valittujen haastateltavien välillä, ottamatta kantaa esille tulneiden ilmiöiden universaalisuuteen.

Antamalla haastateltaville mahdollisuus vastata avoimesti, voidaan toivon mukaan saada uusia näkökulmia Satakunnan matkailuun, sekä tuoda esiin mielipiteitä jotka eivät ole päässeet esille Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelmassa. Menetelmän etuna, ja koko tutkimuksen tarkoituksena, on se että pienempi joukko yrittäjiä saa äänensä vapaammin kuuluviin, kuin mitä olisi mahdollista laajamittaisessa tilastollisessa kyselyssä. Tilastollisessa kyselyssä vastaukset ovat aina annettujen vastausvaihtoehtojen rajoissa, jolloin ns. ”harmaalle alueelle” ei jää juurikaan tilaa. Tässä tutkimuksessa tuota rajoitusta ei ole, joten tulokset eivät ole ennakoitavissa, eikä tutkimuksen pohjana ole mitään hypoteesia mitä lähdetään testaamaan.

4 TUTKIMUSHAASTATTELU

”Haastattelun tavoite on selvittää se, mitä jollakulla on mielessään.” Näin Eskola ja Suoranta (2005, 85) osuvasti tiivistävät haastattelun tarkoituksen. Haastattelu on vuorovaikutustilanne, jossa molemmat osapuolet vaikuttavat toisiinsa, mutta jossa haastattelija on tilanteen toimeenpanija ja ohjaaja. Keskustelun ylläpito ja eteneminen on pääasiassa haastattelijan vastuulla. (Eskola & Suoranta 2005, 85)

Haastattelu-sanana etymologinen perusta on ranskan kielen verbissä *entrevoir*, mikä tarkoittaa ’nähdä epätäydellisesti’ tai ’nähdä vilaukselta’. Haastattelun kautta

saavutettu tieto ei voi koskaan olla täydellistä, vaan sen kautta saatu kuva on aina osa suuremmasta kokonaisuudesta mikä jää ainakin osittain peittoon. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 41)

4.1 Haastattelun lajit

On olemassa useita eri tutkimushaastattelun muotoja. Oleellinen ero niiden välillä on lähinnä siinä kuinka paljon haastattelua on strukturoitu, eli kuinka kiinteitä kysyttävät kysymykset ovat ja kuinka paljon haastattelija ohjailee haastattelutilannetta. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 43)

Eri haastattelumalleilla ei ole yhtenäisiä nimiä, eikä lukkoon lyötyjä sisältömerkityksiä. Kaksi eri tutkijaa voi kirjoittaa samasta asiasta eri nimellä, ja toisaalta käyttää samaa nimeä, mutta tarkoittaa sillä tyystin eri asiaa. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 43)

Tutkimushaastattelut voidaan karkeasti jakaa kolmeen lajiin.

Lomakehaastattelu, tai strukturoitu haastattelu, toteutetaan kiinteän lomakkeen mukaisesti. Lomakehaastattelussa kaikki kysymykset ovat samalla tavalla muotoiltuja ja niiden esittämisjärjestys on kaikille haastateltaville sama. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 45)

Lomakehaastattelu on useimmiten kvantitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmä. Kerätyllä aineistolla voidaan testata hypoteeseja ja se on helposti kvantifioitavissa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 74)

Tarkasti jäsennellyn lomakehaastattelun vastakohtana voinee pitää strukturoimatonta haastattelua, josta käytetään esimerkiksi nimityksiä avoin haastattelu, syvähaastattelu ja keskustelunomainen haastattelu (Hirsjärvi & Hurme 2009, 45).

Syvähaastattelu perustuu avoimiin kysymyksiin. Se muistuttaa kaikkein eniten tavallista keskustelua (Aaltola & Valli 2010, 29). Tuomen ja Sarajärven (2009, 76) mukaan ”avoimet kysymykset yksinään eivät vielä tarkoita syvähaastattelua, vaan haastattelijan tehtävänä on syventää tiedonantajien vastauksia rakentamalla haastattelun jatko saatujen vastausten varaan.” Oleellista on siis se, että haastattelija

etenee haastateltavan vastausten perusteella ja pyrkii sitä kautta saamaan asioista syvempiä merkityksiä esiin.

Lomakehaastattelun ja strukturoidun haastattelun välimuodosta puhutaan usein puolistrukturoituna haastatteluna (Hirsjärvi & Hurme 2009, 47). Sitä kutsutaan myös teemahaastatteluksi. Teemahaastattelussa käsiteltävät aihepiirit, teemat, on määritelty, mutta siitä puuttuu strukturoiduille haastatteluille tyypillinen kysymysten tarkka muoto ja järjestys (Aaltola & Valli 2010, 28). Tuomen ja Sarajärven (2009, 75) mukaan on ”makukysymys pitääkö kaikille tiedonantajille esittää kaikki suunnitellut kysymykset, pitääkö kysymykset esittää tietyssä ja samassa järjestyksessä, pitääkö sanamuotojen olla jokaisessa haastattelussa samat jne. Yhdenmukaisuuden vaateen aste vaihtelee teemahaastattelulla toteutetusta tutkimuksesta toiseen.”

Roulston toteaa, että vaikka kaikki puolistrukturoidut haastattelut lähtevät samasta haastattelurungon määrittämästä pisteestä, se mihin ne lopulta päätyvät riippuu haastattelijan vastauksista ja haastattelijan tarkentavista kysymyksistä. Metodi vaatii haastattelijalta hyviä kuullun ymmärtämisen taitoja, jotta pystytään määrittämään milloin tietystä haastatteluteemasta on saatu tarpeeksi tietoa, ja milloin tarvitaan lisäkysymyksiä. (Roulston 2010, 15)

Tämän opinnäytetyön toteuttamisessa käytetään puolistrukturoitua haastattelumenetelmää.

4.2 Haastattelun edut ja haitat

Haastattelussa tutkija on suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa. Tästä seuraa sekä etuja että haittoja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 204)

Haastattelun avulla voidaan saavuttaa syvempi ymmärrys tutkittavasta asiasta, kuin mitä olisi mahdollista kiinteän lomakkeen avulla. Lisäkysymyksillä ja perusteluja pyytämällä voidaan saada parempi ymmärrys haastateltavan mielipiteistä. Jos tiedetään, että tutkimuksen aihe tuottaa monitahoisia ja monisuuntaisia vastauksia, haastattelulla voidaan kartoittaa näitä ulottuvuuksia ja nähdä miten haastateltavan

vastaukset liittyy laajempaan kontekstiin. Haastattelussa tutkittava pääsee ilmaisemaan itseään koskevia asioita vapaasti ja olemaan ”merkityksiä luova” ja ”aktiivinen” osapuoli. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 35)

Monet samoista seikoista joita pidetään haastattelun etuina, voidaan nähdä myös menetelmän ongelmina. Aineistonkeruun säätely tilanteen mukaan ja vastaajien myötäily vaativat haastattelijalta taitoa ja kokemusta. Haastattelemineen ei ole helppoa, vaan se vaatii harjoittelua ja kouluttautumista. Kaikki haastattelun vaiheet haastateltavien etsimisestä ja haastattelujen sopimisesta saadun aineiston litterointiin ja analysointiin vievät runsaasti aikaa. Haastattelun katsotaan sisältävän sekä haastattelijasta että haastateltavasta aiheutuvia virhelähteitä. Ongelmia voi aiheuttaa esimerkiksi ihmisten taipumus antaa sosiaalisesti hyväksyttäviä vastauksia, mikä saattaa vääristää lopputulosta. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 35)

5 MATKAILUN STRATEGINEN KEHITTÄMINEN

Karlöf (2004, 7) on määritellyt strategian näin: ”Nykyhetkessä tehtävät päätökset ja toimenpiteet tulevan menestyksen varmistamiseksi ja mahdollisuuksien hyödyntämiseksi.” Se vaatii pitkäjänteistä kehittämistyötä, jonka kohteena voi olla projekteja, prosesseja tai vaikkapa aluekehitys tai muunlainen kokonaisvaltainen kehittäminen. Strategiaa eivät tarvitse vain yritykset, vaan kaikki organisaatiot joilla on pitkän aikavälin kehittämistavoitteita. (Karlöf 2004, 9)

Strategian toteuttaminen on usein vaikeaa, koska strategian laatijat ja toteuttajat ovat yleensä eri ihmisiä. Laatijoilla ja toteuttajilla saattaa olla toisistaan eroava näkemys strategian merkityksestä ja sen vaatimista toimenpiteistä. (Mantere ym. 2006, 10)

Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelman tapauksessa toteuttamisen haastavuus on siinä, että se on yhden tahon laatija strategia, mutta vaatii toteutuakseen laaja-alaista yhteistyöhalua Satakuntaliitolta, kunnilta, yhdistyksiltä ja yrityksiltä.

5.1 Kunnat ja maakuntien liitot matkailun kehittämisessä

Suomessa kunnilla on vahva hallinnollinen asema. Kunnat ovatkin keskeisessä roolissa matkailun kehittämisessä ja toimintaedellytyksien luomisessa. Kuntien toimialaan ei kuulu varsinainen liiketoiminta, mutta ne voivat olla osakkaina esimerkiksi erilaisissa markkinointiyhtiöissä. (Vuoristo 1998, 190-191) Satakunnassa tästä voidaan mainita esimerkkinä vaikkapa Porin Seudun Matkailu Oy Maisa.

Maakunnissa alueiden kehittäminen kuuluu pitkälti maakuntien liitoille. Matkailun suuren taloudellisen vaikutuksen vuoksi maakuntien liitot edistävät matkailua monin eri tavoin. Maakuntien liitot ovat yhdistäviä voimia matkailun koordinoimisessa ja yhteistyön ja markkinoinnin edistämisessä. Maakuntien liittojen ja alueellisten yhdistysten työnjaot ovat tosin jossain määrin epäselvät ja risteävät keskenään. (Vuoristo 1998, 192)

5.2 Yritysyhteistyö

Yhteistyön määritelmässä mainitaan yleensä, että yhteistyö on vapaaehtoista, yhteiseen tavoitteeseen suuntaavaa, pitkäaikaista ja yhteisiä toimintoja sisältävää vaihdantaa. Yhteistyö tähtää kaikkia osallistuvia osapuolia hyödyttävään toimintaan. (Boxberg ym. 2001, 27)

Matkailualalla yhteistyötä on esimerkiksi majoitusliikkeiden ja ohjelmalveluyritysten tarjoamat yhdistetyt palvelupaketit. Yhteistyö voi olla kahden yrityksen välistä, mutta myös monenkeskistä, jolloin yhteistyössä on monta toimijaa joilla on jokin yhteinen tavoite. Yleisin yhteistyön muoto matkailualalla on markkinointiyhteistyö, mutta se voi myös olla tuotannollista tai resurssiyhteistyötä, jolloin useampi yritys tekee yhteisiä investointeja. (Boxberg ym. 2001, 27-29)

Yhteistyöllä voidaan parantaa kustannustehokkuutta ja vastata paremmin asiakkaiden tarpeisiin. Markkinoinnissa resursseja yhdistämällä saavutetaan suurempi volyymi ja huomio. Tämä parantaa toimijoiden uskottavuutta, kun takana on laajempi organisaatio, ja yhdistetty kapasiteetti mahdollistaa suurempien matkailijamäärien

palvelemisen. Yhteistyön aloittamisen edellytys on, että jokainen osapuoli kokee hyötyvänsä siitä. (Boxberg ym 2001, 29-31)

Yhteistyölle on olemassa erilaisia esteitä, jotka voidaan jakaa yhteiskunnallisiin, yritystason ja yksilötason esteisiin. Yhteiskuntatason esteitä ovat esimerkiksi lainsäädäntö ja kunnallisten matkailuorganisaatioiden puuttuminen. Yritystasolla ongelmia aiheuttavat resurssipula, riittämätön tietotaito ja yhteistyökokemuksen puuttuminen. Yksilötason esteillä tarkoitetaan varsinkin pienten yritysten välistä yhteistyötä, jossa yksittäisten henkilöiden välille ei saada luotua luottamuksellista ilmapiiriä. Tällöin yhteistyöhön ei sitouduta. (Boxberg ym. 2001, 31-32)

6 HAASTATTELUTEEMAT JA –KYSYMYKSET

Asiat joihin tutkimuksella haetaan vastausta on rajattu muutamaaan eri haastatteluteemaan, joista jokaisen alle on ryhmitelty täsmentäviä kysymyksiä. Haastatteluteemat ovat:

Matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelman vahvuuksien ja heikkouksien arviointi. Tämä käsittää arvioinnin yleisellä tasolla, kyseisen yrityksen omasta näkökulmasta (”miten tämä palvelee minua?”) ja oman seutukunnan näkökulmasta. Lisäksi kysytään ovatko kärkituotteet oikein valittu, sekä mikä on tällaisen selvityksen merkitys?

Toimenpidesuunnitelmassa esitettyjen toimenpiteiden arviointi. Sisältääkö raportti tarpeeksi konkreettisia ehdotuksia tavoitteiden täyttämiseksi? Ovatko tavoitteet realistisia ja saavutettavissa olevia? Mitkä ovat yrittäjän omat näkemykset siitä, miten Satakunnan matkailua pitäisi kehittää?

Yrittäjän rooli Satakunnan matkailun kehittämisessä. Onko yrittäjällä mahdollisuutta ja halua sitoutua toimenpidesuunnitelman tavoitteisiin, ja miten yrittäjä voi itse olla osana kärkituotteiden kehittämistä?

Alueellisen yhteistyön kehittäminen. Tarvitaanko yritysten välille enemmän yhteistyötä? Toimiiko vuoropuhelu kuntien ja Satakuntaliiton kanssa? Onko tarvetta uusien yhdistysten perustamiselle? Onko tärkeämpää kehittää paikallista yhteistyötä vai tehdä laajempaa maakunnallista yhteistyötä?

Suunnitelman seutukuntakohtaisten analyysien arviointi. Onko oman seutukunnan arviointi todenmukainen ja ehdotetut toimenpiteet oikeansuuntaisia? Keskitytäänkö liikaa suurten kasvukeskusten kehittämiseen reuna-alueiden kustannuksella?

Kysymysten tarkkaa sanamuotoa ei ole määritetty, eikä niitä välttämättä kysyä samassa järjestyksessä. Koska avoimet vastaukset ovat usein pitkiä ja rönsyileviä, saattaa haastateltava päätyä epäsuorasti vastaamaan useampaan yllä listatuista kysymyksistä samalla kertaa. Tällaisessa tilanteessa haastattelijan tulee arvioida onko tarvetta esittää erikseen kysymystä, johon haastateltava on jo tietämättään antanut ainakin osittaisen vastauksen. Tästä johtuen kaikkia haastattelukysymyksiä ei luultavasti kysytä erikseen jokaisessa haastattelussa, mutta ne toimivat pohjana haastatteluille, sekä analysointivaiheessa aineiston luokittelulle.

7 SATAKUNTA

Satakunta on Länsi-Suomessa sijaitseva, 21 kunnan muodostama maakunta. Satakunnassa on noin 227 000 asukasta, mikä tekee siitä Suomen yhdeksästätoista maakunnasta seitsemänneksi väkirikkaimman. Satakunnan asukastiheys on 29 asukasta neliökilometrillä, koko maan keskiarvo on 16. Satakunnan maapinta-ala on hieman alle 8000 neliökilometriä ja meripinta-ala noin 3200 neliökilometriä. (Satakunnan www-sivut 2012)

7.1 Satakunnan seutukunnat

Satakunta jaetaan kolmeen alueeseen; Porin, Rauman ja Pohjois-Satakunnan seutukuntaan (Satakunnan www-sivut 2012). Seutukuntien jako perustuu kuntien väliseen yhteistyöhön ja työssäkäyntiin. Ne voivat olla kaupunkiseutuja, kasvukeskuksen ja sitä ympäröivän maaseutukuntien yhteenliittymiä, tai pienistä maaseutumaisista kunnista muodostuvia. Jokaisen kunnan pitää kuulua johonkin seutukuntaan ja seutukunnan kokonaisuudessaan johonkin maakuntaan. Seutukunnilla ei ole hallinnollista asemaa eikä yhteistä hallintomallia, mutta ne muodostavat EU:n aluepoliittisen tukialuejaon. (Kuntaliiton www-sivut 2013)

Porin seutukunta muodostaa maakunnan ydinalueen. Siihen kuuluu yhdeksän kuntaa ja 138 000 asukkaalla Porin seutu on Suomen seitsemänneksi suurin työssäkäynti- ja talousalue. (Satakunnan www-sivut 2012)

Rauman seutukunta sijaitsee Satakunnan etelä-osassa rajoittuen etelässä Varsinais-Suomen lääniin ja pohjoisessa Kokemäenjokilaaksoon. Alueen asukasluku on noin 66 000. Elinkeinorakenne perustuu teollisuuteen. Rikas kulttuuripohja ja -historia luovat vahvaa omaleimaista identiteettiä. (Satakunnan www-sivut 2012)

Pohjois-Satakunnan seutukunnan väkimäärä on noin 24 000 ja siihen kuuluu kuusi kuntaa. Pääasiassa maaseudusta koostuvan seutukunnan keskus on Kankaanpään kaupunki. Matkailijoita vetävät luonto ja Jämin harrastusmahdollisuudet. (Satakunnan www-sivut 2012)

7.2 Matkailuala Satakunnassa

Matkailuala on kasvava ala, paitsi valtakunnallisesti, myös Satakunnassa. Vuonna 2009 matkailualan liikevaihto Satakunnassa oli 224,1 miljoonaa euroa ja työllistävä vaikutus 1774 henkilötyövuotta. Vuonna 2011 liikevaihto oli kohonnut 243,6 miljoonaan euroon ja työllistävä vaikutus oli 1879 henkilötyövuotta. (Karppinen ja Vähäsantanen 2012)

Kokonaistalouden kannalta matkailualla on kuitenkin varsin vähäinen rooli maakunnassa. Vuonna 2010 majoitus- ja ravitsemistoiminta kattoi yhden prosentin Satakunnan liikevaihdosta, koko maan luvun ollessa 2%. (Satamittarin [www-sivut](#))

Kauppa- ja teollisuusministeriön vuonna 2006 tekemän selvityksen mukaan matkailutoimialojen kysynnän tuoma keskimääräinen arvonlisäys maakuntaa kohden oli 276,8 miljoonaa euroa, mutta Satakunnassa arvonlisäys oli vain 127 miljoonaa euroa. Tilastoa tosin vääristää se, että ylivoimaisesti eniten matkailusta hyötyvällä Uudellamaalla arvonlisäys oli 2,7 miljardia euroa, noin 2,3 miljardia enemmän kuin toisena tulevallla Varsinais-Suomella. (Konttinen 2006)

Matkailuala on myös maakunnan sisällä erittäin keskittynyttä. Porin seutukunnan osuus koko Satakunnan alueen matkailun liikevaihdosta oli vuonna 2011 65,5%, eli 159,6 miljoonaa euroa. Porin kaupungin osuus tästä summasta oli 80%. (Karppinen ja Vähäsantanen 2012)

8 SATAKUNTALIITTO

Satakuntaliitto on Satakunnan maakunnan liitto. Jokaisella suomen maakunnalla on oma lakisääteinen liittonsa, jossa jokainen kunta on velvoitettu olemaan jäsen. Maakuntaliittojen laissa määritellyt päätehtävät ovat alueiden kehittäminen ja maakuntakaavoitus. EU:n rakennerahasto-ohjelmat ja niiden täytäntöönpano ovat pitkälti maakuntaliittojen vastuulla. Maakunnan liitto on ”alueensa merkittävien edunvalvoja, joka vaalii monipuolisesti alueensa kulttuuria ja perinteitä verkottumalla alan ja alueensa toimijoiden kanssa henkisen ja taloudellisen hyvinvoinnin edistämiseksi.” (Suomen Kuntaliiton [www-sivut](http://www.kuntaliitto.fi) 2012)

Satakuntaliiton ylin päättävä elin on maakuntavaltuusto. Se laatii liiton talousarvion, sekä hyväksyy tilinpäätöksen ja toimintakertomuksen, sekä valitsee maakuntahallituksen. Maakuntahallituksen jäsenet määräytyvät poliittisten valtasuhteiden mukaan, ja se vastaa Satakuntaliiton hallinnosta. (Satakuntaliiton www-sivut 2013)

Satakuntaliittolla on merkittävä rooli matkailun edistämisessä Satakunnassa. Se organisoii yhteisiä matkailumarkkinointitoimenpiteitä, on mukana tuottamassa matkailuun liittyvää materiaalia, kuten esitteitä, sekä järjestää koulustusta ja erilaisia markkinointitapahtumia. Matkailun markkinointi on osa Satakunnan kokonaisvaltaista markkinointia. Satakuntaliitto ylläpitää myös Satakunnan matkailufoorumia, joka on asiantuntijoista koostuva, matkailun kehittämistä ja viestimistä koordinoiva työryhmä. (Satakuntaliiton www-sivut 2012)

Satakuntaliiton virasto sijaitsee Porin vanhassa puuvillatehtaassa. Vakituksia työntekijöitä Satakuntaliitolla on 24, sekä keskimäärin kuusi määräaikaista työsuhhteessa olevaa työntekijää. Tämän lisäksi tilapäisessä harjoittelussa voi olla 1-2 henkilöä.

Satakuntaliiton rahoitus tulee kunnilta. Maksuosuudet muodostuvat kuntien koon mukaan. Vuonna 2013 kuntien maksuosuudet ovat yhteensä vajaa 2,3 miljoonaa euroa. Porin kaupungin osuus tästä on 837 000 euroa, eli noin 36%. Kuntien maksuosuudet nousivat hieman vuonna 2013 Kiikoisten kunnan liityttyä Pirkanmaahan. (Satakuntaliiton talousarvio 2013 ja taloussuunnitelma 2013-2015 2012)

9 SATAKUNNAN MATKAILUN TAVOITE- JA

TOIMENPIDESUUNNITELMA

Keväällä 2012 Satakuntaliiton maakuntahallitus käynnisti Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelman laatimisen. Suunnitelma laadittiin maaliskuuhun 2012 aikana, ja loppuraportti julkaistiin 28.9.2012. (Satakuntaliiton www-sivut 2012)

Projektin päämääränä oli luoda suunnitelma, jossa täsmennetään yhteiset maakunnalliset ja alueelliset tavoitteet, sekä laaditaan vaihtoehtoisia esityksiä

työnjaoksi ja toiminnan organisoinniksi maakunnassa. Toimenpidesuunnitelman laatijaksi valittiin tarjouspyyntöjen kautta konsulttitoimisto Capful Oy. Osana prosessia toteutettiin web-kysely matkailuyrittäjille ja muille matkailun kehittämistoimijoille, kuntajohtajien haastatteluja, sekä maakunnallisia ja seutukohtaisia työpajoja. Satakuntaliitto toteutti prosessin yhteistyössä Porin Seudun Matkailu Oy Maisan, Rauman kaupungin ja Rauman seudun kuntien sekä Aktiivinen Pohjois-Satakunta ry:n kanssa. (Satakuntaliiton www-sivut 2012)

Jäljessä on tiivistettynä raportin tuloksia. Tiivistelmä toimii ainoastaan suppeana orientaationa raportin sisältöön ja rakenteeseen, eikä siinä ole eriteltynä yksittäisiä toimenpiteitä tai muita yksityiskohtia. Linkki varsinaiseen tavoite- ja toimenpidesuunnitelmaan löytyy opinnäytetyön lähdeluettelosta.

Tavoite- ja toimenpidesuunnitelman pääosan kattaa matkailun nykytilan määrittäminen, matkailun kehittämisen tavoitteet sekä matkailualan organisoiminen ja yhteistyön lisääminen. Lisäksi alueellisten työpajojen pohjalta laadittiin seutukuntakohtaiset kehittämisteemat ja määriteltiin jokaisen alueen matkailulliset vahvuudet ja heikkoudet. Viimeisessä osiossa määriteltiin aikataulua tavoitteiden toimeenpanemiselle. Jäljessä käytetyt alaotsikot ovat samat kuin tavoite- ja toimenpidesuunnitelmassa. (Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelma 2012, 1-40)

9.1 Satakunnan matkailun nykytila

Maakunnan matkailun nykytilaa arvioivassa osiossa markkinoinnin kärkituotteiksi ja maakunnan erottautumistekijöiksi on nostettu Yyteri, Jämi, Vanha Rauma, sekä Pori tapahtumakaupunkina.

Kehittyvinä kärkituotteina luetellaan mm. Selkämeren kansallispuisto, Kokemäenjoen uudet tuotteet, Pyhäjärvisoutu, arkkitehtuuri, vanhat kartanot ja ruukit.

Satakunnan vahvuuksiksi listattiin meri ja luonto, Kokemäenjoki ja muut joet, vahvat ja tunnetut tapahtumat, kulttuuri ja historia sekä sijainti lähellä potentiaalista asiakaskuntaa. (Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelma 2012, 5-10)

9.2 Satakunnan matkailun tavoitteet ja kehittämisteemat

Toimenpidesuunnitelmassa jaetaan Satakunnan matkailu neljään maakunnallisesti kehitettävään matkailukokonaisuuteen, joiden alle on koottu pienempiä osatekijöitä. Nämä kokonaisuudet ovat tapahtumien Satakunta, kulttuurin Satakunta, luonnon ja elämysten Satakunta sekä elinvoimainen Satakunta (teollisuus ja maatalous). Esimerkiksi ”kulttuurin Satakunta” yläotsikon alle sijoittuvat historialliset kohteet, ruukit ja kartanot, museot, arkkitehtuuri ja teatterit. Jokaiselle matkailukokonaisuudelle on lisäksi määritelty omat kehittämisteemansa.

Yleisellä tasolla raportissa määritellään Satakunnan matkailun ”läpäisevät kehittämisteemat”, jotka ovat kokonaisvaltaisia tavoitteita, kuten markkinoinnin ja myynnin kehittäminen, ympärivuotisuus ja palvelujen laatu.

Tavoite- ja toimenpideohjelmassa määritelty visio matkailun tilasta vuonna 2020 on, että ”Satakunta on kärkituotteistaan tunnettu ympärivuotinen matkailukohde sekä kansallisesti että valikoiduilla kansainvälisillä markkinoilla. Maakunnan matkailualan menestys ja korkea laatu perustuvat yritysvetoiseen laaja-alaiseen ja tavoitteelliseen yhteistyöhön. Maakunnan välitön matkailutulo on 60% suurempi kuin vuonna 2012”. (Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelma 2012, 11-15)

9.3 Satakunnan matkailun organisoituminen tavoitteiden saavuttamiseksi

Satakunnan matkailun organisoituminen jaetaan toimenpidesuunnitelmassa kolmeen keskeiseen toimijaan. Ne ovat maakunnallinen matkailuyrittäjien yhdistys, Satakuntaliitto, sekä perustettavaksi suunniteltu Satakunta Matkailu Oy.

Maakunnallisen matkailuyhdistyksen on tarkoitus koostua matkailun ja sitä sivuavien toimialojen yrityksistä. Sen tavoitteena olisi ajaa yhtenä äänenä matkailuyrittäjien etuja, hoitaa yhteisiä markkinointiasioita, sekä kehittää sopimussuhteita ja palveluiden laatua. Tavoitteena on, että pääasiallinen rahoitus tulisi jäsenyrityksiltä.

Satakuntaliiton tehtävänä on koordinoita matkailualan kehittämistyötä maakuntatasolla. Sen tavoitteena on rakentaa ja ylläpitää uutta matkailualan foorumia, sekä nimittää vetovastuuhenkilö, jonka johdolla järjestettäisiin säännöllisiä tapaamisia. Satakuntaliitto koordinoi eri toimijoiden toimenpiteitä Satakunnan matkailun kehittämisessä ja markkinoinnissa. Sen vastuulla olisi tavoite- ja toimenpidesuunnitelman päivitys tietyin väliajoin.

Satakunta Matkailu Oy on perustettavaksi esitetty yritys jonka tehtävä olisi olla ”maakuntatason myynnin ja markkinoinnin toteuttaja ja kehittäjä” sekä ”maakunnallisen myyntiportaalin ja nettivarausjärjestelmän ylläpitäjä ja kehittäjä”. Sen tavoitteena olisi täydentää yritysten omia myyntikanavia ja vahvistaa Satakunnan matkailullista brändiä. Yritykselle kaavaillaan laajapohjaista rahoitusta, joka tulisi sekä kunnilta että yrittäjiltä. (Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelma 2012, 16-22)

9.4 Seutukuntien matkailun profiilit ja kehittämisteemat

Osion johdannossa kerrotaan, että seutukuntatason kuvauksia ei ole vielä tehty täysin valmiiksi ja toimenpidesuunnitelmassa olevat kuvaukset toimivat lähtökohtana jatkotyölle. Jokaisesta seutukunnasta on listattu matkailun vahvimmat ja heikoimmat kilpailutekijät, luonnosteltu matkailuprofiili jossa on määritelty kärkituotteet, sekä listattu kehittämisteemat. (Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelma 2012, 23-36)

9.5 Satakunnan matkailun tavoitteiden toimeenpanon ensimmäiset askelmerkit

Toimenpidesuunnitelman viimeisessä osuudessa on eritelty toimenpiteitä, niiden toteuttajat, sekä suunniteltu aikataulu toteuttamiselle. Toimenpiteestä riippuen toteuttajaksi on määritelty joko Satakuntaliitto, Satakunta Matkailu Oy, Yrittäjähdistys, kunnat tai oppilaitokset.

Suurimmassa osassa toimenpiteistä aikataulu on merkitty myöhemmin määritettäväksi. Osa toimenpiteistä on aikataulutettu syksylle 2012 ja muutama

vuodelle 2013. Suurimmassa osassa kohdista toteuttajaksi on määritelty Satakunta Matkailu Oy. Satakuntaliiton tehtävänä syksyllä 2012 on määritelty Satakunta Matkailu Oy:n käynnistäminen, koordinaatioryhmän perustaminen sekä rahoituksen, päätavoitteiden ja ohjauksen määrittäminen. (Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelma 2012, 37-40)

10 HAASTATTELUJEN ANALYYSI

Työtä varten toteutettiin yhteensä neljä haastattelua, jotka vaihtelivat pituudeltaan 35-50 minuutin välillä. Haastatellut matkailualan yritykset sijaitsivat Porissa, Harjavallassa, Kokemäellä ja Jämijärvellä. Yhdessä haastattelussa oli paikalla kaksi haastateltavaa. Kukaan haastateltavista ei ollut aikaisemmin tutustunut valmiiseen tavoite- ja toimenpidesuunnitelmaan. Yksi haastateltavista oli osallistunut yhteen avoimeen työpajaan Porissa, ja eräs toinen oli osallistunut Satakuntaliiton järjestämään infotilaisuuteen Pripolissa, missä työn tuloksia oli esitelty. Kaksi muuta haastateltavaa eivät olleet millään tavalla ennakoon tietoisia työn tuloksista tai sisällöstä, mutta olivat kuitenkin jossain muodossa kuulleet, että kyseenomainen työ oli tekeillä.

Lähetin haastateltaville etukäteen sähköpostin välityksellä linkin Satakuntaliiton nettisivuilla olevaan tavoite- ja toimenpidesuunnitelmaan, johon haastateltavat tutustuivat ennen haastattelua. Ennakkoperehtymisen määrä vaihteli eri haastateltavien välillä, mikä myös osaltaan vaikutti haastatteluihin siten, että osa haastateltavista osasi täsmällisemmin kommentoida tuloksia, kun taas toiset analysoivat Satakunnan matkailua enemmän yleisellä tasolla sekä kommentoivat oman alueensa matkailullista tilannetta ja referoivat vähemmän itse tavoite- ja toimenpidesuunnitelman tuloksia.

Lopputuloksena on kokoelma haastatteluja, joissa laajalti kommentoidaan Satakunnan matkailun nykytilaa, ja erilaisia ongelmia tai esteitä, joita matkailun kehittämisen tiellä on. Suurta osaa saadusta materiaalista on vaikea linkittää suoraan

Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelmaan, sillä varsinaisesta suunnitelmasta useimmilla haastateltavilla ei ollut kovin paljon kommentoitavaa.

Vastausten jaottelu eri teemakenttiin oli haasteellista, sillä monessa tapauksessa sama vastaus otti yhdellä kertaa kantaa useampaan asiaan. Analyysin kohdat 10.1, 10.2 ja 10.3 alaotsikoineen ovat selkeimmin yhteydessä varsinaiseen tavoite- ja toimenpidesuunnitelmaan. Kohta 10.4, johon olen koonnut haastateltavien kommentteja yhteistyön kehittämisestä sekä siihen liittyvistä ongelmista, ei ole yhtä selkeästi yhdistettävissä itse tavoite- ja toimenpidesuunnitelmaan, mutta se antaa erittäin mielenkiintoisia näkökulmia siihen, millaisia kokemuksia yrittäjillä on ollut aikaisempien yhteistyöprojektien kanssa ja miksi osa heistä epäilee uusien projektien toimivuutta.

10.1 Yleisvaikutelma ja toimenpidesuunnitelman merkitys

Kaikki haastateltavat pitivät lähtökohtaisesti positiivisena asiana sitä, että Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelma ylipäänsä on tehty. Yksi haastateltava piti hyvänä sitä, että työn kautta pystyy edes lukemistasolla ymmärtämään missä Satakunnan matkailussa mennään. Kärkituotteet oli hyvin otettu huomioon. Yksi yrittäjä piti toimintasuunnitelmassa hahmoteltua nelikenttää maakunnallisesti kehitettävistä matkailukokonaisuuksista onnistuneena. Yksi haastateltava tiivistä työn merkityksen siihen, että sen pohjalta on hyvä lähteä toteuttamaan käytännön toimenpiteitä.

”No mun mielestä se on sillai hyvä, et ku tommonen asia pistetään niinku paperille ja sitä asiantuntijaryhmän kanssa oikein pohditaan, ni siihen on saanut laajasti niinku ihmiset vaikuttaa, et ku se on täällä kirjattu niin myöskin varmaan sitten tulee paremmin sitte tehtyä niitä toimenpiteitä.”

Toinen yrittäjä piti toimenpidesuunnitelmaa hyvänä alkuna, mutta mainitsi myös, että suunnitelmista on pitkä matka käytännön toteutukseen.

”No ainahan se on hyvä, että näitä asioita saadaan paperille, ettei kaikki vaan puhu omia juttujaan, mutta tuota... se tietysti että siitä on vielä niin hemmetin pitkä matka aina näistä papereista siihen sitten käytännön puoleen, että se on aina näissä se haaste varmaan ihan joka jutussakin, että suunnitelmat on hyviä ja näin, et se ny tietysti on ensimmäinen askel että tämä nyt on alkujaankin edes tehty, et se on niinku hyvä juttu ehdottomasti ja visioita ja ajatuksia ja näitä pitää olla.”

Kaikki haastateltavat esittivät jossain muodossa saman epäilyksen siitä, että vaikka tavoite- ja toimenpidesuunnitelma onkin saatu valmiiksi, niin siinä esitetyt toimenpiteet eivät kuitenkaan välttämättä toteudu.

”tehdään, suunnitellaan, nähdään päänvaivaa ja sit jos ne ei toteudukaan sillä mittakaavalla, tai mittapuulla, ni siin tulee ehkä semmonen hiukan pienimuotoinen niinku turhautumisen tunne, mut siis toi muutenhan tää on äärimmäisen hyvä et tämmöst tehdään.”

”et se vaan ku ne vaan saadaan kans tehtyä, eikä vaan tuodittauduttaisi sit siihen, et ku ne on täällä paperilla, että se on niinku tehty sitten ja jätetään siihen.”

Monessa kohdassa tuli esille, että epäilykset ainakin osittain johtuvat siitä, että erilaisia yhteistyöprojekteja ja visioita on ennenkin yritetty toteuttaa, mutta ne ovat monesti johtaneet pettymyksiin tai lopetettu kesken joko rahan tai kiinnostuksen puutteen vuoksi, tai projektiin osallistuneiden tahojen erimielisyyksien takia. Joissakin asioissa ollaan jopa menty taaksepäin kehityksessä. Yksi yrittäjä mainitsi, että hänen toimialueellaan oli aikoinaan yksi myyntipiste ja yhteinen vastaanotto, jossa keskenään kilpailevat yrittäjät olivat mukana, mutta erimielisyyksien vuoksi jakauduttiin kahdeksi kilpailevaksi myyntipisteeksi, mitä vastaaja piti negatiivisena kehityksenä.

10.2 Ehdotettujen toimenpiteiden arviointi

Kysyttäessä onko tavoite- ja toimenpidesuunnitelmassa tarpeeksi käytännön ehdotuksia tavoitteiden saavuttamiseksi, suurin osa kommentoi asiaa hyvin lyhyesti, tai asian vierestä. Tämä saattoi osittain johtua siitä, etteivät kaikki haastateltavat olleet tutustuneet toimenpidesuunnitelmaan yksityiskohtaisesti. Yksi haastateltava kommentoi kysymystä näin:

”Onhan täällä osa semmosta asiaa että ’aivan, juuri näin, mutta miten se tehdään?’ [...] Esimerkkinä nyt ’kärkitapahtumien hyödyntäminen ja uusien tapahtumakärkien aktiivinen etsiminen’. Kyllä, yleispätevä lause, sopii varmaan ihan ympäri maailmaa kaikkiin paikkoihin.”

Toinen haastateltava arveli, että erilaisia tapahtumia koskevat tavoitteet on helppo saavuttaa, koska niillä on suuri painoarvo. Hän piti suurempana haasteena luontoa, merta, Kokemäenjokea ja reuna-alueiden kehittämistä.

Yksi haastateltava katsoi, että suunnitelmissa on tarpeeksi käytännöllisiä ehdotuksia, mutta ne pitää saada myös toteutettua.

Satakunnan matkailun visio vuonna 2020, jolloin alan liikevaihto olisi 60% nykyistä suurempi, oli kolmen haastateltavan mielestä saavutettavissa oleva tavoite. Yksi vastaaja arveli, että tavoite saattaa olla liian kunnianhimoinen. Muut sanoivat, että saavuttaminen on mahdollista, mutta haasteellista, ja vaatisi kaikilta tahoilta suuria ponnisteluja ja nykyistä laajempia yhteistyökuvioita, joihin myös kunnat tulisivat aktiivisesti mukaan.

10.3 Satakunnan matkailun organisointi

Tämän osuuden kysymykset liittyivät tavoite- ja toimenpidesuunnitelmassa esitettyyn kuvioon Satakunnan matkailun organisoimiseksi, jossa keskiössä olisivat Satakunta Matkailu Oy, maakunnallinen matkailuyrittäjien yhdistys, sekä Satakuntaliitto. Vastaukset on eritelty alaotsikoiden alle.

10.3.1 Satakunta Matkailu Oy

Tavoite- ja toimenpidesuunnitelmassa perustettavaksi esitetty Satakunta Matkailu Oy herätti sekä positiivisia reaktioita että huolia käytännön toimivuudesta. Ajatusta maakunnan yhteisestä myyntiportaalista pidettiin sinänsä hyvänä ideana. Yksi haastateltava sanoi, että jatkuvasti valitetaan sitä ettei ole kunnollista tahoa joka todella myisi, joten myyntiportaalille olisi tarvetta. Kysymyksiä herätti rahoituksen järjestäminen, pienempien yritysten ja alueiden näkyvyys, sekä riittävä ammattitaito edustamaan koko maakuntaa. Yksi haastateltava näki riskinä sen, että suunniteltu nettiportaali hukkuisi informaatiotulvaan ja otti vertailukohdaksi nykyiset Porin Seudun Matkailu Oy Maisan sivut. Hän painotti sitä, että suunniteltu nettiportaali pitäisi saada asiakasystävälliseksi.

”Onhan meillä nyttekin, sä voit Maisan sivuilta mennä katsomaan, että mitä täältä alueelta löytyy, mutta siellä on niin paljon tavaraa monessa eri tasossa, et mikä sil [asiakkaalle] jää mieleen, ni sil jää ne isot yläsivut, mut kyl se niinku hukkuu siihen paljouteen. [...] mut jotenki erilaisesti se pitäis niinku se ratkaisu sitten tehdä, et se asiakas kun sitä selailee, niin ei joudu siihen informaatiotulvaan sitten.”

Toinen haastateltava pelkäsi, että maakunnallisesta portaalista hyötyisivät pääasiassa suuret matkailukeskukset, jättäen pienemmät paikat jäisivät pimentoon. Toisin sanoen hyöty ei jakautuisi tasaisesti kaikille.

”No periaatteessahan toi on järkevä, jos se vaan niinku saadaan toimimaan, mutta tämmösessä on yleensä vaarana myös se, että kun puhutaan maakunnallisesta portaalista, niin se monta kertaa voi niinku vähän jäädä yksitoikkoiseksi.”

Hän käytti vertailukohtana nykyistä Maisaa, jonka näki keskittyvän Poriin, vaikka edustaakin koko Porin seutua.

”Maisakin on aika pitkälti niinku pelkästään Pori, vaik se on niinku Porin seudun, mutta se on kyl aika pitkälti keskittyy Poriin. Et sit vasta kun

tapahtuu jotain suurempaa, ni sitten otetaan myös huomioon pienemmät paikat.”

Yksi haastateltava nosti päällimmäiseksi haasteeksi sen, miten organisaatiolla olisi riittävä ammattitaito ja tietotaito edustaa koko maakuntaa. Hän nosti esimerkiksi elämyspalvelupakettien kaltaiset erikoistuotteet, joissa vaaditaan yksityiskohtaista asiantuntemusta, jotta kyetään selittämään asiakkaalle pakettien sisältö ja vastaamaan kysymyksiin. Hänen mielestään olisi myös tärkeätä, että yrityksessä olisi edustajia eri puolelta maakuntaa, jolloin asiakkaille olisi tarjolla ensikäden tietoa joltain, joka tuntee kyseessä olevan kohteen henkilökohtaisesti.

”Et siinä olis sen oman paikan asiantuntemus, et hän tietäis oikeasti miten ne systeemit niinku menee, ja sitten kun sinne soitetaan, niin heti osaisi ohjata.”

10.3.2 Maakunnallinen matkailualan yrittäjien yhdistys

Suhtautuminen tavoite- ja toimenpidesuunnitelmassa kaavailtuun maakunnalliseen yrittäjäyhdistykseen vaihteli. Yksi haastateltava ei kommentoinut ideaa mitenkään. Mainittiin, että kyseisen kaltainen yhdistys voisi antaa yrittäjille enemmän auktoriteettia kuin nyt olemassa olevat paikalliset yhdistykset ja toimia mahdollisena valvovana elimenä erilaisten projektien toteuttamisessa. Useampi haastateltava mainitsi että yrittäjät ovat kiireisiä eikä ylimääräistä aikaa kokouksiin ja palavereihin ole kaikilla. Mikäli yhdistys perustetaan, mutta asiat eivät etenisi eivätkä suunnitelmat realisoituisi, aiheuttaisi se turhautumista ja idean kuihtumista kasaan sillä seurauksella, että yrittäjät eivät enää käyttäisi aikaa yhdistystoimintaan muun työnsä ohella. Yksi haastateltava näki myös yhdistyksen kohdalla sen vaaran, että se ei ajaisi tasaisesti kaikkien etuja ja painotti että olisi tärkeätä ottaa huomioon koko Satakunta.

”siitä ei saisi tulla liian laaja organisaatio siinä suhteessa et siellä ruvetaan ajamaan sit jonkun tietyn yksilön tai paikkakunnan niinku pelkästään tavoitetta, et siel pitäis sitten kokonaisvaltaisesti ottaa huomioon koko Satakunta.”

Yksi haastateltava sanoi, että erilaiset yhdistykset ja yritykset ovat kustannusmielessä rasite pienyrittäjille. Hänen mielestään organisaatio on sitä parempi, mitä yksinkertaisempi rakenne sillä on. Uusi yhdistys lisääisi hänen mielestään byrokratiaa, eikä välttämättä johtaisi käytännön toimiin. Hän oli sitä mieltä, että on hyvä saada paljon erilaisia mielipiteitä esille, mutta usein on hankalaa saada ihmisiä osallistumaan erilaisiin kokouksiin.

”Tietysti onhan se toisaalta hyvä, että siellä tulee sitten erilaisia näkökulmia mahdollisimman paljon, mut sitten kun on noita kokouksia, niin yleensä niihin ei kukaan tahdo osallistua.”

10.3.3 Satakuntaliitto

Satakuntaliiton roolista matkailun kehittämisessä ei osattu sanoa paljoakaan. Yleisenä huomiona haastatteluissa tuli esille se, että yrittäjät eivät tiedä paljoakaan siitä, mitä maakunnan liitto tekee ja mikä on sen rooli matkailun edistämässä. Tämän seurauksena kaikki eivät osanneet kommentoida sitä, pitäisikö Satakuntaliiton ja yrittäjien välillä olla enemmän vuoropuhelua. Yksi haastattelija sanoi, että Satakuntaliiton pitäisi tiedottaa toiminnastaan enemmän. Yksi haastateltava oli sitä mieltä, että vuoropuhelua pitää ehdottomasti lisätä, koska osa yrittäjistä ei edes tiedä mitä Satakuntaliitto tai kunnat tekevät.

”ehdottomasti joo, et toiset yrittäjäkollegat ei välttämättä oikein edes tiedä kaikkien näiden tahojen [kunnat ja Satakuntaliitto] merkitystä, mitä ne niinku matkailun alalla tekevät”

Kyseinen asia tuli konkreettisesti esille kahdessa haastattelussa. Tunnettuus on huonoa siitä huolimatta, että molemmat olivat olleet Satakuntaliiton kanssa tekemisissä.

”Mä olen ollut hyvin huonosti Satakuntaliiton kanssa tekemisissä, oikeastaan varmaan tekemiset on ollu jossain projekteissa, et on kuulunut johonkin

ohjausryhmään, tai siis joku tämmönen, et muuten oikeastaan tietämys niinku sitten taas sieltä puolelta on mulla aika heppoista.”

”mä en oikein ole perehtynyt, et mikä se Satakuntaliiton rooli on niinku siinä matkailun kentässä.”

10.4 Yhteistyön kehittäminen

Kaikki haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että yhteistyötä Satakunnan matkailualalla pitäisi kehittää. Tämä koskee sekä yritysten välistä yhteistyötä, että vuoropuhelua yrittäjien ja kuntien kesken. Osa vastaajista piti tärkeimpänä oman kohdealueensa yhteistyötä ja kehittämistä. Perusteena käytettiin sitä, että ellei paikallisella tasolla saada asioita ensin kuntoon, on myös vaikeampi lähteä kehittämään koko maakunnan laajuista kokonaisuutta.

”ensin pitäisi saada kyl niinku se paikallinenkin... se pitäisi saada niinku toimivaksi ja sitten taas kun sen saa toimivaksi, niin sittenhän se vois olla maakunnallinen”

”Eli eka tietysti se matkailualueen sisältä, puhutaan tässä vaikka se Yyterin puoli esimerkkinä, ni se toimimaan, se organisaatio, sen jälkeen sitten kaupunki, maakunta, siinä järjestyksessä.”

10.4.1 Yritysten välisen yhteistyön kehittäminen

Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että yritysten välistä yhteistyötä pitäisi edelleen kehittää ja tiivistää. Yksi haastateltava mainitsi yrittäjähdistyksen yhtenä vaihtoehtona yhteistyön lisäämiseen. Eräs yrittäjä oli sitä mieltä, että Satakunnasta ulospäin pitäisi näyttäytyä yhtenä rintamana, ja yhteistyötä pitäisi tehdä erityisesti yhteismarkkinoinnissa ja alueen matkailullisen imagon luomisessa. Hän mainitsi Lapin, joka Etelä-Suomesta käsin näyttäytyy yhtenä alueena, vaikka pitääkin sisällään paljon itsenäisiä matkailualueita. Samaan pitäisi pyrkiä ”Satakunta”-käsitteen kanssa.

Yritysten välisessä yhteistyössä nähtiin myös ongelmia. Yritykset ovat keskenään kilpailijoita ja tämä rajoittaa yhteistyön tekemistä. Yksi haastateltava uskoi, että keskinäinen kateus vaikeuttaa yhteistyön tekemistä. Hän sanoi toivovansa, että yritykset pystyisivät keskustelemaan keskenään laajemmin, ja pyytämään toisiltaan palveluksia ja konsultaatioita, mutta sanoi että avun pyytäminen nähdään heikkouden merkinä.

”Monta kertaa me jäädään niinku siihe kateuteen kiinni, et me ei niinku sen takia haluta sitä yhteistyötä”

Myös yrittäjäyhteistyön kohdalla tuli esille turhautuminen siihen, että asiat eivät kokouksista ja yhteistyöstä huolimatta etene. Tällöin mielenkiinto osallistua yhteistyöhön laantuu hyvin nopeasti.

”se boosti siihen toimintaan, ni se hyvin nopeasti esimerkiks on hiipunut siitä, kun ollaan hakattu sitä päätä seinään ja huomattu, että vaikka me yritämme niitä epäkohtia tuoda esiin, et mitä pitäis tehdä ja parantaa esimerkiks Yyterin alueella, ni se ei etene, se ei johda mihinkään”

Joissakin vastauksissa tuli myös esille se, että kaikilla yrittäjillä ei ole yhteistyöhalua. Tällaisten tahojen mukaan saaminen on vaikeaa ja sitoutuminen heikkoa. Yhteisen tahtotilan luominen on myös vaikeaa silloin, kun intressit risteävät keskenään, eikä ole selkeää visiota siitä, miten yhteistyö hyödyttäisi tasapuolisesti.

10.4.2 Kuntien rooli

Kaikki vastaajat toivoivat kunnilta suurempia panostuksia matkailun kehittämiseksi. Ennen kaikkea infrastruktuurin, kuten opasteiden ja kulkuväylien, kehittäminen nähtiin julkisen sektorin velvollisuutena. Syiksi kuntien passiivisuuteen arveltiin huonoa taloudellista tilannetta, matkailualan heikkoa arvostusta, sekä matkailualan asiaa ajavien ihmisten puutetta päättäjätasolla. Yksi vastaajista koki, että hänen kuntansa on suuresti panostanut matkailuun ja uskoi että kunnalla on kiinnostusta

kehittää matkailua, mutta heikko taloudellinen tilanne rajaa investointimahdollisuuksia. Kaksi vastaajaa koki, että heidän kunnillaan ei ole juurikaan kiinnostusta investoida matkailualan kehittämiseen. Joistakin vastauksista kävi ilmi, että yrittäjät kokevat matkailualan arvostuksen olevan vähäistä ja tämä vuorostaan johtaa siihen, että kunnat eivät panosta matkailun kehittämiseen. Kaksi vastaajaa arveli, että syy heikkoon arvostukseen on teollisuuden suuri rooli maakunnassa. Mainittiin myös, että Satakunnalla ei ole matkailuperinnettä, minkä vuoksi myöskään päättäjien tasolla alalla ei ole suurta arvostusta. Yksi vastaaja uskoi, että kunnissa ei ymmärretä kuinka laajoja taloudellisia vaikutuksia matkailulla on.

”kyl siin vähän mun mielestä semmosta paikoitellen mitä mä oon kuunnellu muitakin [yrittäjiä], ni on semmosta että ei tätä matkailuyrittämistä niin arvosteta, eikä koeta että se niinku on kunnalle semmonen arvo.”

”Tää pitäis tää matkailutoimiala tunnustaa tuolla päättäjien puolella, ni pitäis tunnustaa muutakin kuin Pori Jazzien aikana, silloin kun kehutaan että tämä on hieno paikka ja tääl on Yyterit ja kaikki.”

Yksi haastateltava oli pettynyt siihen, että oma kunta ei käyttänyt hänen yrityksensä palveluita ja kertoi saaneensa toiselta paikalliselta yrittäjältä samanlaista palautetta. Hänen mielestään kunnan pitäisi suosia oman paikkakunnan yrityksiä ostaessaan esimerkiksi kokous- ja ruokailupalveluita.

”jopa kaupunki ei millään muotoa käytä tätä taloa. Et tietty on jotkut joulut ja jouluruokailut ja tämmöset kun tarjotaan niinkun yhdistyksille ja lautakunnille, mut se jäi sit siihen”

Osa vastaajista näki myös, että vuoropuhelussa kuntien ja yritysten välillä on puutteita. Kahden vastaajan mielestä vuoropuhelu ei toimi. Yhden vastaajan mielestä toimii, mutta kunta ei rahapulan vuoksi pysty tekemään paljoakaan yrittäjien tukemiseksi. Yksi vastaaja sanoi, että vuoropuhelu toimii, mutta lisäsi hetken päästä että matkailualaa ei tunnuta kovin paljon arvostettavan.

10.5 Maakunnan reuna-alueet matkailun kehittämisessä

Osa haastateltavista puhui monta kertaa eri yhteyksissä siitä, että maakunnan reuna-alueet jäävät kehityksessä syrjään. Asia tuli huomattavan monta kertaa esille, yleensä ilman että siitä erikseen kysyttiin. Matkailun kehittämisessä ”reuna-alueilla” tarkoitettiin käytännössä Porin ja Rauman ulkopuolelle jäävää osaa Satakunnasta. Tämä heijastui myös Satakunta Matkailu Oy:tä ja yrittäjäyhdistystä koskeviin kysymyksiin, joissa vastaajien yksi keskeinen pelko oli se, että ne hyödyttäisivät vain Porin kaltaisia suuria kohteita, eivätkä koko maakuntaa. Toisaalta Porin ja Rauman merkitys vetovoimatekijöinä tunnustettiin, ja myönnettiin että niiden vaikutus heijastuu myös ympäröiviin alueisiin.

11 TUTKIMUSTULOSTEN YHTEENVETO

Yleisesti pidettiin hyvänä asiana, että Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelma oli tehty. Suurin huolenaihe oli se, että johtaako suunnitelma myös käytännön toimiin, vai jäävätkö toimenpiteet suunnitteluasteelle. Toimenpidesuunnitelmassa esitettyä visiota Satakunnan matkailusta vuonna 2020 pidettiin saavutettavissa olevana. Kärkituotteet oli hyvin löydetty.

Satakunta Matkailu Oy nähtiin positiivisena ajatuksena, mikäli se vain saataisiin toimimaan tavalla, josta kaikki hyötyvät. Yhteiselle myyntiportaalille nähtiin olevan tarvetta. Haasteina käytännön toteutukselle nähtiin nettiportaalin käytettävyyys, hyödyn jakautuminen tasaisesti, tarvittava ammattitaito edustaa koko maakuntaa, sekä osittain myös rahoitus.

Maakunnallista matkailuyhdistystä ei tyrmätty ajatuksena, mutta siihen suhtauduttiin varauksella. Myös yhdistyksen kohdalla pelättiin, että hyöty ei jakautuisi tasaisesti, vaan pienet paikat jäisivät suurten jalkoihin. Mikäli yrittäjät huomaavat etteivät asiat etene, kiinnostus laimenee ja yhdistyksen merkitys saattaa jäädä vähäiseksi.

Yhteistyötä eri tahojen välillä pitäisi lisätä. Se on kuitenkin haasteellista, koska eri tahoilla on vaihteleva motivaatio yhteistyöhön ja keskenään ristiriitaisia intressejä. Kunnat nähtiin keskeisessä roolissa, mikäli toimenpidesuunnitelman tavoitteisiin halutaan päästä.

Osa vastaajista koki vahvasti, että maakunnan suurten matkailualueiden ulkopuolella olevat kunnat ja yritykset jäävät pimentoon maakunnallisessa kehityksessä ja näkyvyydessä.

Satakuntaliiton vuonna 2000 tekemä Satakunnan matkailustrategia vuosille 2000-2005 toteaa seuraavaa: ”Matkailun kehittämistyöhön liittyvät ongelmat on maakunnassa melko hyvin tiedostettu ja niistä esitetyt ajatukset ovat eri seutukunnissa varsin yhdensuuntaisia. Matkailun arvostuksen vähäisyys, yhteistyön tekemisen vaikeus, palvelukulttuurin puuttuminen ja alueen huono tunnettuus.” (Satakunnan matkailustrategia vuosille 2000-2005 2000, 4)

Vastausten perusteella on helppo huomata, että samojen ongelmien kanssa kamppaillaan edelleen, 13 vuotta myöhemmin. Paljon positiivista kehitystä on kuitenkin tapahtunut sinä aikana, ja esimerkiksi palvelukulttuurin puuttumista ei kukaan haastateltava maininnut.

12 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUDEN TARKASTELU

Tutkimuksessa tapahtuu aina virheitä, ja tutkimusten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat. Ollakseen luotettava, tutkimuksen on oltava toistettavissa. (Hirsjärvi ym 2009, 231) Käytännössä luotettava tutkimus on sellainen, missä myös toinen tutkija päätyisi samoihin tuloksiin.

Laadullisessa tutkimuksessa pitää aina ottaa huomioon, että tutkija ei kykene täyteen objektiivisuuteen, koska toimii itse tutkimuksenteon välineenä (Eskola & Suoranta 2005, 210). Kun kyseessä on laaja tutkimusaineisto, kuten haastatteluja, kaikki

materiaali ei voi päätyä lopulliseen työhön, ja on tutkijan subjektiivisesta näkemyksestä kiinni, mitä lopulliseen julkaisuun tulee. Tutkimusaineistoa luokitellessani otin lähtökohdaksi sen, että lopulliseen analyysiin tulevat näkökulmat toistuivat jossain muodossa vähintään kahdessa haastattelussa, eivätkä näin olleet yksittäisiä lausahduksia.

Erityisesti haastatteluissa esille tulleita näkökulmia matkailun kehittämisen ongelmista voidaan pitää luotettavina, koska pitkälti samat asiat tulevat esille jo Satakunnan matkailustrategia vuosille 2000-2005 –julkaisussa.

Myös esille tulleet yhteistyöhön liittyvät haasteet ovat pitkälti samoja joista Boxberg ym (2001, 31-32) on kirjoittanut.

13 POHDINTA

Opinnäytetyöni pohdintaosuudessa kerron työn etenemisestä, sekä esitän prosessin aikana esille tulleita ajatuksia ja huomioita.

Aloin etsiä opinnäytetyöaihetta toukokuussa 2012. ”Etsiminen” tosin on ehkä liian voimakas ilmaisu. Pikemminkin odottelin, jos vaikka sattuisin kompastumaan johonkin aiheeseen. Kesän ja alkusyksyn aikana aiheita hahmottuikin, mutta ne törmäsivät yhteen tai toiseen esteeseen. Syyskuussa olin jo varsin turhautunut tilanteeseen. Silloin opinnäytetyöni ohjaaja ehdotti minulle aiheeksi tätä Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelmaa koskevaa tutkimusta. Hyväksyin aiheen, koska olin kyllästynyt etsimään parempaakaan tutkimusaihetta. Motivaatio-ongelmat kuitenkin vaivasivat ja voisikin sanoa, että rupesin kunnolla tekemään tätä työtä vasta helmikuussa 2013. Ensimmäisen haastattelun tehtyäni motivaatio nousi huomattavasti ja työ eteni nopeasti.

Jälkikäteen ajateltuna suurin haaste opinnäytetyön tekemisessä oli tyhjän paperin pelko, ja kuvitelma siitä, että työ olisi ylivoimaisen laaja ja vaikea tehdä. Todellisuus on jotain aivan muuta. Opinnäytetyössä on toki omat haasteensa, mutta loppujen

lopuksi se on melko suppea työ. Suurin haaste löytyy opiskelijan omien korvien välistä. Siksi kaikkein tärkein neuvo opinnäytetyötä aloittavalle opiskelijalle on se, että valitsee aiheen joka itseä kiinnostaa. Prosessin aikana saattoi mennä päivä- tai viikkokausia, ilman että edes vilkaisin työtä, mutta parhaimmillani olen päivässä kirjoittanut yli viisi sivua, mikä prosentuaalisesti vastaa yli kymmenystä valmiista työstä.

Matkailun koulutusohjelmaan olisi mielestäni ehdottomasti lisättävä enemmän pienempiä tutkimusprojekteja, joissa pätisivät samat tieteellisen tutkimuksen vaatimukset kuin mitä opinnäytetyöhön sovelletaan. Tällöin opinnäytetyön kuviteltu haastavuus vähenisi asteittain, kun jo opiskeluaikana esimerkiksi lähteiden etsiminen ja käyttäminen tulisi tutummaksi.

Yksi antoisimpia, ja haasteellisimpia, asioita tämän opinnäytetyön toteuttamisessa oli haastattelujen tekeminen. Olen aikaisemmin kouluaikana tehnyt yhden yksittäisen haastattelun koulutyötä varten, mutta siitä on pitkä aika, ja joka tapauksessa se noudatti suljetumpaa kaavaa kuin tämän työn puitteissa toteuttamani haastattelut. Koska haastattelut tapahtuvat reaaliajassa, on mahdollisiin ongelmatilanteisiin myös reagoitava välittömästi ja usein vasta jälkikäteen haastatteluja tutkiessa huomaa, että erilainen toimintatapa olisi ollut suotava.

Haasteeksi nousi se, että haastateltavista kaksi oli tutustunut Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelmaan vain pintapuolisesti, eivätkä he tästä syystä osanneet antaa kovin täsmällisiä vastauksia osaan toimenpidesuunnitelmaa koskevista kysymyksistä. Reagoin monesti tilanteisiin täsmentämällä kysymäni asian monisanaisemmin, mutta juuri tässä piilee vaara.

On mahdollista, että muuttaessani kysymystä johdattelen haastattelijaa kohti tietynlaista vastausta. Tässä kohtaa astuvat kuvaan avoimen haastattelun edut ja haitat. Mikäli olisin esittänyt jokaiselle haastateltavalle täsmälleen samat kysymykset samassa muodossa, olisi haastattelumateriaali jäänyt murto-osaan siitä mitä nyt sain kasaan. Toisaalta tulosten reliabiliteetti olisi kiistämättä ollut helpompi arvioida. Nyt kun käytin avointa haastattelua ja keskustelin haastateltavien kanssa vapaasti, ja myös ajoittain johdattelevasti, sain valtavasti tutkimusmateriaalia, mutta sen tulkinta

on haastavampaa, koska joudun aineistoa selatessa myös arvioimaan sitä, missä määrin olen itse vaikuttanut haastateltavien vastauksiin ja harkitsemaan sitä, voinko näiltä osin käyttää materiaalia.

Haastateltavien saaminen osoittautui yllättäväksi hankaluudeksi. Lähtökohtana oli, että halusin haastatella yrittäjiä, jotka eivät ole itse olleet mukana kehittämässä tavoite- ja toimenpidesuunnitelmaa, eli käytännössä tämä rajasi vaihtoehdon pieniin yrityksiin. En myöskään halunnut haastatella ketjuihin kuuluvia yrityksiä, mikä käytännössä rajasi pois lähes kaikki hotellit. Suurin pettymys oli se, etten onnistunut hankkimaan Raumalta haastateltavaa. Tutkiessani Rauman matkailuyritysten kenttää huomasin, että rajaukseeni sopivia yrityksiä oli vain muutama. Otin näihin kaikkiin yhteyttä, mutta en onnistunut saamaan haastattelua. Yleisin syy kieltäytymiseen oli vetoaminen kiireeseen, mutta usea yrittäjä koki myös ettei heillä ollut mitään sanottavaa tavoite- ja toimenpidesuunnitelmasta. Yksi yrittäjä sanoi, ettei hän yleisesti ottaen ole kiinnostunut ottamaan osaa mihinkään tutkimuksiin. Yhtä yrittäjää oli Satakuntaliiton toimesta haastateltu tavoite- ja toimenpidesuunnitelman suunnitteluvaiheessa, eikä hän sen vuoksi halunnut enää erikseen kommentoida asiaa.

Haastattelututkimuksen toteuttamisen ohella toinen suuri oppimiskokonaisuus on ollut kotimaakuntani. Tätä työtä tehdessä minulle on laaja-alaisesti kirkastunut koko Satakunnan matkailun kenttä ja sen nykytila. Olen ymmärtänyt että Satakunnan matkailu on muutakin kuin Pori Jazz, Yyteri ja Vanha Rauma. Surullista kyllä, olen myös joutunut huomaamaan, että suurimmalla osalla niistä yrityksistä, jotka jäävät Satakunnan muutaman tunnetun matkailukohteen ulkopuolelle, on varsin vähän mahdollisuuksia muuttaa omaa tilannettaan ja tunnettavuuttaan.

Tutkimuksen edetessä minulla henkilökohtaisesti vahvistui yksi kysymys, johon en vielä kukaan koe löytäneeni hyvää vastausta. Mitä todellista hyötyä Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelmasta on? Ja miten ne kymmenet pienet matkailualan yritykset, joita suurin osa maakunnan matkailuyrityksistä on, hyötyvät raportista? Toimenpidesuunnitelman johdanto alkaa toteamuksella, että työ tehtiin ”maakunnan matkailualan kentän toiveesta”. Kuitenkaan yksikään haastatteleman yrittäjä, kuin myöskään ne yrittäjät jotka kieltäytyivät haastattelusta, eivät olleet

tutustuneet valmiiseen toimenpidesuunnitelmaan. Haastattelujen perusteella en myöskään voi sanoa, että yksikään haastateltava olisi työhön tutustuttuaan ollut erityisen innostunut. Mielestäni reaktioita voisi osuvimmin ehkä luonnehtia välinpitämättömiksi. Yrittäjät eivät minun nähdäkseni kokeneet, että toimenpidesuunnitelma tai sen toteutus koskettaisi heidän toimintaansa. Kuten yksi haastateltava sarkastisesti totesi:

”Tää on kauhean kiva et tämmöset on taas kirjattu tähän paperille ja tää jää nyt sitten luettavaksi, ja jotkut lukee, ketä sitten jaksaa lukea, ja toiset painaa sit taas jotain muita asioita.”

LÄHTEET

Aaltola, J. & Valli, R. 2010. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. WS Bookwell Oy. Jyväskylä.

Ala-Ketola, S. & Ala-Ketola, K. 2013. Ali-Ketolan Tila. Kokemäki. Haastattelu 15.3.2013. Haastattelijana Pauli Kaski. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Alasuutari P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. 4. painos. InPrint. Riika.

Boxberg M., Komppula R., Korhonen S. & Mutka P. 2001. Matkailutuotteen markkinointi ja jakelukanavat. Edita Oy. Helsinki.

Eskola J. & Suoranta J. 2005. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 7. painos. Gummerrus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Hirsjärvi S. & Hurme H. 2009. Tutkimushaastattelu. Oy Yliopistokustannus. Helsinki

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. p. Helsinki: Tammi.

Karlöf B. 2004. Strategian rakentaminen – sisältö ja välineet. Edita Prima Oy. Helsinki.

Karppinen, A. & Vähäsantanen, S. 2012. Matkailutulo- ja työllisyys Satakunnassa, Porin seutukunnassa ja sen kunnissa 2009-2011. Turun Yliopiston Kauppakorkeakoulun Porin yksikkö.

Konttinen, J-P. 2006. Matkailun alueetaloudelliset vaikutukset – matkailun alueellinen tilinpito. Edita Publishing Oy.

Koskela, J. 2013. Porin Ohjelmamestarit Oy. Pori. Haastattelu 22.2.2013. Haastattelijana Pauli Kaski. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Mantere S., Aaltonen P., Ikävalko H., Hämäläinen V., Suominen K. & Teikari V. 2006. Organisaation strategian toteuttaminen. Edita Prima Oy. Helsinki.

Mäkinen J. 2013. Hotelli Hiittenharju. Harjavalta. Haastattelu 12.3.2013. Haastattelijana Pauli Kaski. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Roulston K. 2010. Reflective Interviewing: a guide to theory and practice. SAGE Publications Ltd. Cornwall.

Ruusuvuori J., Nikander P. & Hyvärinen M. 2010. Haastattelun analyysi. Osuuskunta Vastapaino. Tampere.

Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelma. 2012.
<http://www.satakuntaliitto.fi/linkkitiedosto.aspx?taso=2&id=1406&sid=821>

Satakunnan matkailustrategia vuosille 2000-2005. 2000. Satakuntaliiton monistamo. Pori.

Satakunnan www-sivut. Viitattu 28.11.2012. <http://www.satakunta.fi>

Satakuntaliiton talousarvio 2013 ja taloussuunnitelma 2013-2015. 2012.
<https://intranet.kankaanpaa.fi/djulkaisu/kokous/20122151-11-3.PDF>

Satakuntaliiton www-sivut. Viitattu 30.11.2012, 1.12.2012. ja 13.3.2013
<http://www.satakuntaliitto.fi>

Satamittarin www-sivut. Viitattu 5.12.2012. <http://www.satamittari.fi>

Soini, S. 2013. Lomahotelli Jämi. Jämijärvi. Haastattelu 20.3.2013. Haastattelijana Pauli Kaski. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Suomen Kuntaliiton www-sivut. Viitattu 28.11.2012, 1.4.2013. <http://www.kunnat.fi>

Tuomi, J. & Sarajärvi A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 5. painos. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Vuoristo K. 1998. Matkailun muodot. WSOY. Porvoo.

Haastatteluteemat ja -kysymykset

Matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelman arviointi. Vahvuudet ja heikkoudet.

- yleisellä tasolla
- yrittäjän tasolla (ovatko yrittäjien tarpeet otettu huomioon)
- seutukunnallisella tasolla
- Ovatko kärkituotteet oikein valittu?
- Arvioi tällaisen selvityksen merkitystä

Konkreettiset toimenpiteet

- Sisältääkö suunnitelma tarpeeksi konkreettisia suunnitelmia tavoitteiden toteuttamiseksi?
- Ovatko tavoitteet realistisia ja toteuttamiskelpoisia?
- Mitkä ovat yrittäjän omat toimenpide-ehdotukset Satakunnan matkailun kehittämiseksi?

Yrittäjän rooli satakunnan matkailun tulevaisuuden kehittämisessä

- Onko yrittäjällä kiinnostusta/mahdollisuutta sitoutua matkailusuunnitelman tavoitteisiin?
- Miten yritys voisi päästä osaksi kärkituotteiden kehittämistä?
- Onko yrittäjällä kiinnostusta/mahdollisuutta verkottumiseen?
Onko tarvetta yhdistysten perustamiseen?

Alueellinen yhteistyö ja vuoropuhelu yritysten kesken ja Satakuntaliiton kanssa

- Onko Satakunnan matkailuyritysten välillä syytä tiiviimpään yhteistyöhön?
- Toimiiko vuoropuhelu yrittäjien, kuntien ja Satakuntaliiton välillä?
- tarvitaanko enemmän yhteistyötä kuntien kanssa?
- Tarvitaanko uusia yhdistyksiä?

- Onko tärkeämpää kehittää maakunnallista vai paikallistason yhteistyötä?

Seutukunnallinen näkökulma

- Onko suunnitelma liian Pori-keskeinen?
- Onko oman seutukunnan arviointi todenmukainen ja ehdotetut toimenpiteet oikeansuuntaisia?
- Jäävätkö reuna-alueet liian vähälle huomiolle?